

Med leken mot framtiden

Life in Communities Report
Juni 2026

INGKA[™]
CENTRES



Innehåll

Så här navigerar du i rapporten.

Intro
Varför vi skrivit rapporten och vad den handlar om.
03

Tryck på play
Varför lek är viktigt för alla, hur den är hotad och varför vi behöver skapa plats för lek.
06

Lek och spel
Hur vuxna leker utanför hemmet, vad som hindrar dem samt vilka mötesplatser de önskar sig.
14

Måla upp framtiden
Omvandla leklusten till idéer och miljöer för framtiden.
22

Slutmål
Från insikt till handling: lek som designstrategi och nästa steg.
31

Varför lek och varför nu?

Vi är alltid nyfikna på livet i våra samhällen.

På Ingka Centres befinner vi oss på en resa för att skapa platser där människor inte bara kan shoppa, utan också mötas, bli inspirerade, äta, lära sig, uppleva något nytt och tillbringa tid. Vi brukar kalla dem "mötesplatser". Vi väcker dem till liv genom att sätta människors behov, önskemål och drömmar i centrum för allt vi gör.

2023 bestämde vi oss för att fördjupa oss i några lokalsamhällen i fem länder. Varför? För att få en bättre förståelse av människors vanor, behov och önskemål när de tillbringar tid utanför hemmet.

Den här berg-och-dalbanan av oväntade upptäckter och nya insikter ledde till vår allra första Life in Communities Report.

En tydlig upptäckt i den första rapporten var att människor i alla åldrar letar efter nya och annorlunda sätt att varva ner, koppla av och umgås med andra utanför hemmet. Tillsammans med det vi lärde oss från IKEA Play Report gjorde det här oss nyfikna på att utforska lekens kraft utanför hemmet – och de potentiella fördelarna för mötesplatser, varumärken och samhällen.

Välkommen till den andra utgåvan av vår Life in Communities Report!



11,8 besökare/sek.

För varje gång en boll studsar besöker omkring elva personer Ingka Centres mötesplatser.

Översikt

Vår första Life in Communities Report visade på en längtan efter nya sätt att tillbringa tid utanför hemmet. Kan lek vara nyckeln? Den här rapporten ger insikter i lekens betydelse och kraft för vuxna – samt dess potentiella roll för mötesplatser, varumärken och samhällen.

Lek är universellt

Alla förtjänar att leka – åtta av tio vuxna instämmer. Från stresslindring till gemenskap och nya möjligheter – de flesta anser att leken berikar deras liv, och mer än hälften ser den som en viktig del av sin vardag. Men leken är också hotad av bristen på tid och pengar, tillgänglighet och sociala normer. Samtidigt tror 46 % att de kommer att ha mer tid och resurser för lek under de kommande fem åren.

Sätt att stanna kvar och leka

När vuxna leker utanför hemmet väljer de oftast utomhus- och kulturaktiviteter. Baserat på forskningen ger en palett av idéer vuxna sex lekfulla anledningar att stanna upp och leka på mötesplatser: naturen i stan, lugna hörn, sociala träffpunkter, lek med syfte, tekniska lekmiljöer och kreativa hörn. Varje idé tilltalar minst hälften av de vuxna globalt, och är särskilt attraktiv för barnfamiljer, yngre vuxna och personer på marknader som Kina och Indien.

Nästa steg för lekfulla platser

När mötesplatser utformas för nyfikenhet, gemenskap och glädje blir de mer värdefulla för människor, mer levande för samhällen och mer motståndskraftiga för företag. Den

kommersiella möjligheten är tydlig: lekfulla miljöer gör att man stannar längre, spenderar mer pengar och blir mer lojal. Fyra förändringar rekommenderas för att samskapa lekfulla platser:

1. Gör lek till en grundläggande designprincip.
2. Bygg ett nätverk av lekfulla platser.
3. Arbeta utifrån paletten av lekidéer.
4. Samskapa med lokalinvånarna.

Tillsammans kan vi ta leken till de många människorna.

Ta reda på mer

centrespr@ingka.com (mediaförfrågningar)

leasing.global.gl@ingka.com (leasingförfrågningar)

[Ingka Centres på LinkedIn](#)

www.ingkacentres.com

Metod

3 000 vuxna

6 länder

8 experter

2 studier

1 rapport

Den här rapporten utforskar vad lek betyder för vuxna och hur leken kan utforma framtidens mötesplatser. Forskningen kombinerar en framtidsfokuserad kvalitativ studie med en intervjubaserad kvantitativ studie.

Framtiden och kvalitativa insikter

Det framtids- och innovationsinriktade konsultföretaget Future Minds började med att utforska hur leken håller på att förändras och vad det innebär för

städer och mötesplatser. Intervjuer med åtta experter och ledande aktörer kombinerades med en genomgång av trender och litteratur om lek, välmående och stadsliv, samt fallstudier av lekfulla urbana miljöer och medborgarprojekt.

Kvantitativ undersökning

Marknads- och opinionsspecialisten Ipsos testade sedan idéerna från den kvalitativa studien via en online-undersökning i Kina, Indien (NCT

Delhi), Polen, Spanien, Sverige och Storbritannien.

Totalt genomfördes 3 000 intervjuer med ett nationellt representativt urval bland personer över 18 år (500 intervjuer per marknad).

Rapporten

Rapporten sammanfattar resultaten från de två studierna. Tillsammans ger de en välgrundad bild av varför lek är viktigt nu, hur vuxna leker idag, vad de

vill ha i framtiden och hur mötesplatser, varumärken och samhällen kan möta detta.

OBS: I rapporten avser "globalt genomsnitt" det genomsnittliga svaret på en viss fråga från alla respondenter i alla länder där undersökningen genomfördes.

1. Tryck på play

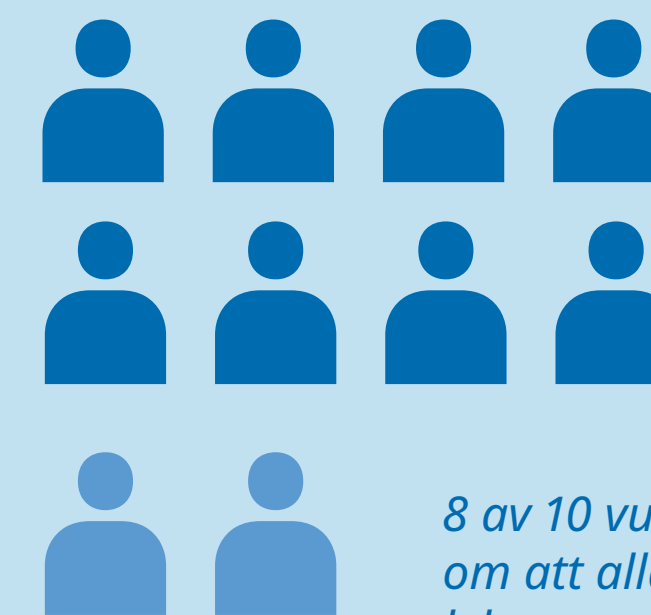
Lek är inte bara för barn – det är det sätt som människor och platser kommer till liv.



Vad menar vi med lek?

Aktiviteter du gör för att de gör dig glad och lycklig – online eller offline, inomhus eller utomhus – och som främjar välmående, kreativitet och gemenskap.

Lek för alla



Blunda och tänk på lek.

Föreställer du dig leksaker, lekplatser eller barn? Kanske har det hänt att du själv önskat att du hade mer lek i ditt eget liv. Du är inte ensam. Lek är mer än bara barnleksaker – det är ett grundläggande mänskligt behov.

Men någonstans mellan skolan och kalkylbladen är det svårt för leken att ta plats. Det betraktas som något barnsligt, fånigt, något som vore trevligt om man bara hade tid.

Men det är mycket mer än så. De flesta vuxna tror inte bara på leken – mer än hälften uppger att leken är en viktig del av deras dagliga rutin och något man avsätter tid för även när man har fullt upp.

Det är varken något valfritt eller en lyx. Det är en prioritet. Och lekfull, genomtänkt design kan frigöra leken.

Endast

15 %

av de vuxna tycker
att lek är slöseri
med tid.

20 %

anser att lek bara
är något för barn.

52 %

ser leken som en
viktig del av sin
dagliga rutin.

**”Det är för
viktigt för
att välja
bort.”**

Karen Feder,
Lab for Play Design



Lek lönar sig

Att leka känns bra. Känns det så för dig också?

I så fall tillhör du majoriteten. För de flesta vuxna förbättrar leken balansen i livet, fördjupar våra relationer och gör vardagen mer meningsfull – även när vi ställs inför svårigheter. Se det mindre som något som höjer humöret och mer som en livsfärdighet. Syret som håller känslan av möjligheter vid liv och hjälper dig att hantera situationer även under hård press. Lika viktigt för välmåendet som att andas eller känna tillhörighet.

Att ta vara på lekens kraft innebär en stor kommersiell möjlighet. Människor minns de besök som överraskade dem, gjorde dem glada och förde dem närmare andra människor. De kommer tillbaka. De tar med sig andra.

För mötesplatser, varumärken och samhällen är glädje inte det enkla alternativet. Det är det smarta.

”Vår sociala kompetens håller på att försvagas ... Lek hjälper till att bjuda in människor att prata med varandra medan de gör något som ger dem glädje.”

Ryan K. Rosen, grundare, Friendly Futures

70 %

uppger att en bra balans mellan jobb och fritid förbättrar deras välmående.

3 av 4

vuxna instämmer i att lekfulla aktiviteter stärker den känslomässiga gemenskapen mellan människor.

61 %

känner att lek i vardagen gör livet rikare.

Time out

L O X E E R P O L E D B P S
 E E X A P U B P H N O E T E
 Y G R R L P J R U R R A U P
 E O M R E I P O Y O L H J O
 L H Ö R N E V K L P L N X R
 P Y E O U G L R E G O B E Y
 E A P J A S E H L P U R N H
 U N R I E H S A E A N N X I
 X L T O S O D O N U G O O S
 P E N E H P E A E S E E O N
 Y K L N Y P H T P K P Y G L
 U Y N A M I D I G L Y C K A
 L M P Y R N R D K O M J D E
 H R L Y P G L E N G X G Y U

LEK
~~TID~~
VILA

PLATS
SHOPPING
GLAD

LYCKA
LOUNGE

PAUS
HÖRN

Inget att skratta åt

Leken är förvisso viktig, men den är hotad.

Under de senaste 50 åren har barns frihet att leka minskat dramatiskt, vilket också har påverkat deras psykiska hälsa. För vuxna avfärdas lek ofta som lite oseriöst, trots bevis som visar att mer lek gör oss mindre stressade, bättre på att hantera svårigheter och nöjdare med livet.¹

Mer än hälften av alla vuxna anser att världen befinner sig i en lekkris. Och vi oroar oss mer för andra än för oss själva: endast 29 % säger att deras egen lektid har minskat under de senaste fem åren, medan hela 63 % tror att andra leker mindre än för tio år sedan. Själva mår vi tydligen bra – det är bara alla andra som har det svårt.

Tekniken får en stor del av skulden – 69 % säger att skärmar har ersatt traditionell lek – även om 47 %

trots allt tycker att de själva hanterar balansen bra.

Så även om leken inte håller på att försvinna är den sårbar. Den pressas av brist genom tid, pengar, ny teknik och de platser vi rör oss på varje dag.

”Vi har fått lära oss att lek är slöseri med tid. Men lek är inte motsatsen till stelbenthet – det är botemedlet mot den.”

Tabitha Dell'Angelo, grundare, Urban Education Program

¹ WHO 2024 och 2025

Vilka oroar sig mest över lekkrisen?

Åldersgrupp

18–34

(59 %)

Kön

kvinnor

(54 %)

Land

Indien

(76 %)

Inkomstnivå

medium

(57 %)

En global lekkris innebär att möjligheterna till lek för människor världen över minskar, både när det gäller tillgång, tillgänglighet och kvalitet. Det beror ofta på ekonomiska, sociala eller miljömässiga faktorer.

Allt står på spel

Och ändå håller något på att förändras.

Familjer tar tillbaka glädjen och lekfullheten i vardagen.² Nästan hälften av de vuxna anser att de kommer att ha mer tid och resurser för lek under de kommande fem åren, och bara 14 % förväntar sig att ha mindre. Det handlar inte om pessimism. Utan om ett uppdämt behov.

Vuxna leker redan på fler ställen än du kanske tror. Över en tredjedel fördelar sin lek lika mellan hemmet och platser utanför hemmet. Och när de får frågan om vad de helst vill göra i offentliga miljöer prioriterar de natur, kultur och friheten att utforska.

Så hur agerar mötesplatser och varumärken på det? Frågan är inte om människor vill leka utanför hemmet. (Det gör de.) Frågan är om det går att leka på de platser de besöker – eller om besöket bara handlar om att "få det överstökad" och gå hem.

² IKEA Play Report 2024



Optimismklyftan

Asiatiska länder är dubbelt så hoppfulla som europeiska länder när det gäller framtida lekmöjligheter. Vad är det som driver skillnaden?



40 %
Tillbringa tid i grönområden



37 %
Gå på bio



22 %
Utforska stadsmiljön

Mest önskade aktiviteterna i offentliga miljöer

Var leker vuxna?

29 %

Främst hemma

37 %

Lika mycket
hemma som
utanför hemmet

30 %

Främst utanför
hemmet

46 %

av de vuxna tror
att de om fem år
kommer att ha mer
tid och resurser för
att leka.



2. Lek och spel

Hur vuxna tillbringar sin lektid – och vad som hindrar dem från att leka.

Räknar minuterna

Tänk efter: hur mycket tid ägnar du åt lek varje vecka?

Kanske lite överraskande säger mer än 95 % av de vuxna att de fortfarande leker, åtminstone litegrann. Ett par timmar är veckogränsen för de flesta, med kortare stunder av lek som infinner sig mellan vardagens alla måsten.

Generellt sett har vuxnas lektid inte förändrats särskilt mycket under de senaste fem åren. Vissa leker mindre, andra mer, men den största gruppen leker i princip lika mycket som tidigare.

En betryggande stabilitet? Inte nödvändigtvis. I en snabbt föränderlig värld är det de små tidsluckorna som löper störst risk att försvinna.



Från ord till handling

I Kina leker 63 % av de vuxna mer än 2 timmar varje vecka. Det är 28 procentenheter högre än genomsnittet!

Vuxnas lektid per vecka i minuter
(avrundade procenttal)

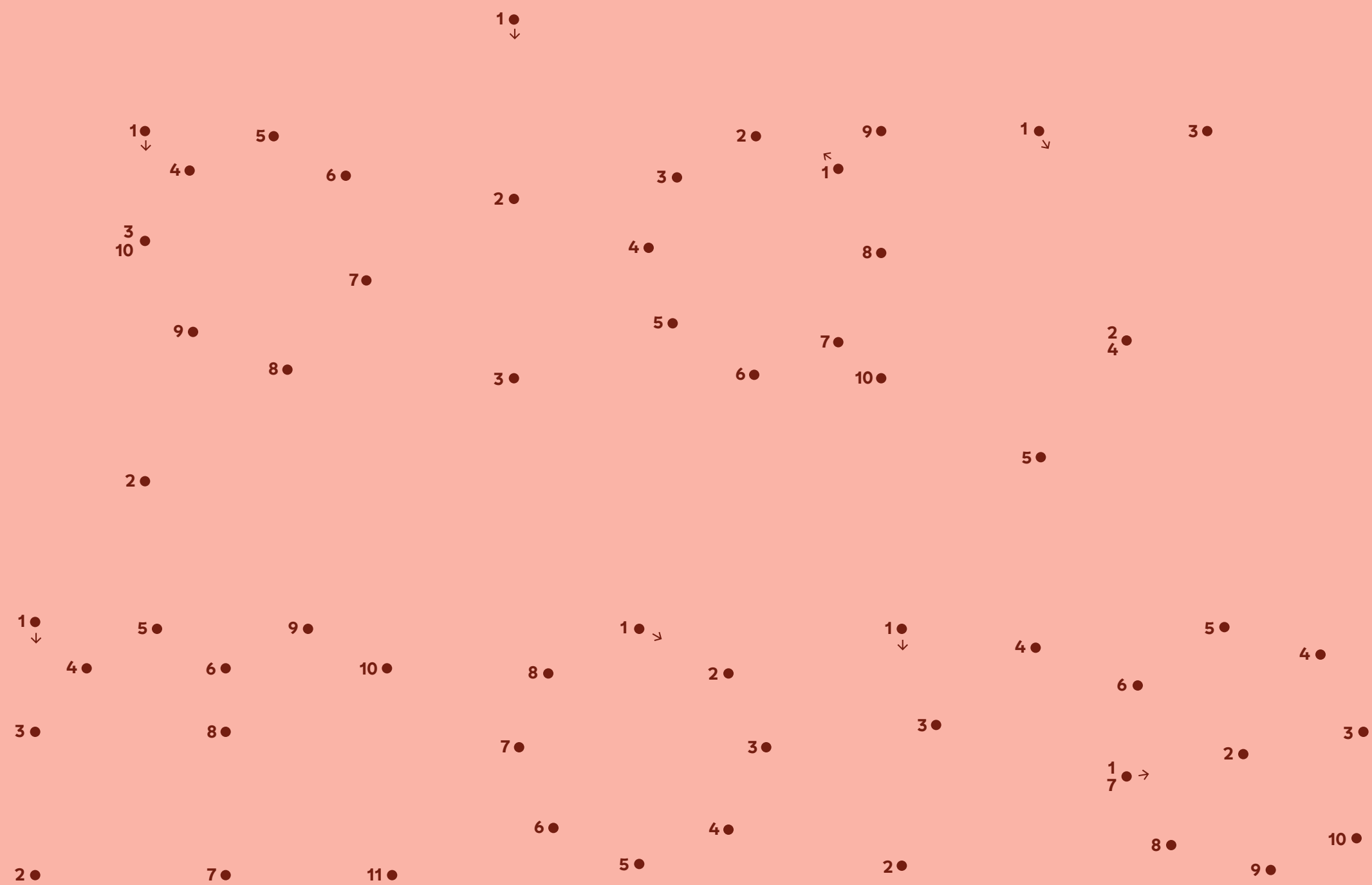
35 % > 120 min.

46 % 30–120 min.

< 30 min. **15 %**

0 min. **5 %**

Time out



Vuxnas egen lektid jämfört med för fem år sedan

29 %
Mindre tid nu

36 %
Ungefär samma

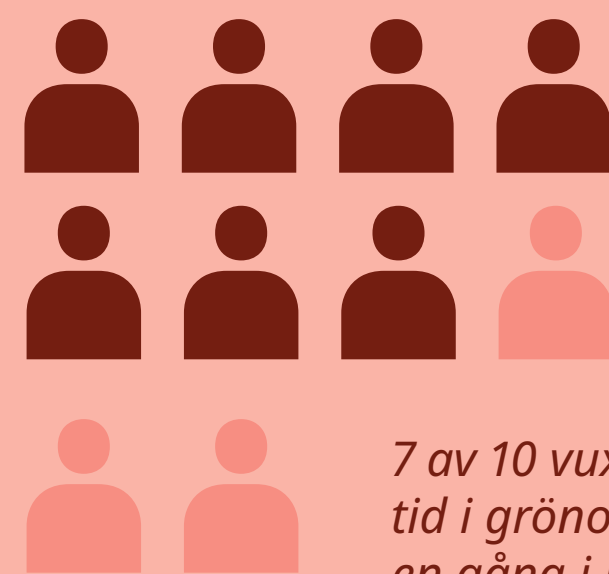
32 %
Mer tid nu

Lek på ditt sätt

Utanför hemmet kan vuxna vara riktigt lekfulla.

Och var leker de helst? Utomhus. Över två tredjedelar av de vuxna tillbringar tid i grönområden varje månad – deras överlägset populäraste lekaktivitet – medan nästan hälften gillar att utforska urbana miljöer. Många uppskattar också kulturella, idrottsliga och konstnärliga aktiviteter.

Tar man en närmare titt så ser man några tydliga mönster. Bortom den här mixen ser det ut som att människor har en tendens åt det ena eller andra



hållet: mot rörelse, utforskande, fantasi, tävling eller kreativitet. Olika människor leker på olika sätt. Och det har de alltid gjort.

Möjligheten för mötesplatser, varumärken och samhällen ligger inte i att försöka tillgodose alla på en gång, utan i att förstå den lokala mixen och utforma erbjudandet därefter.

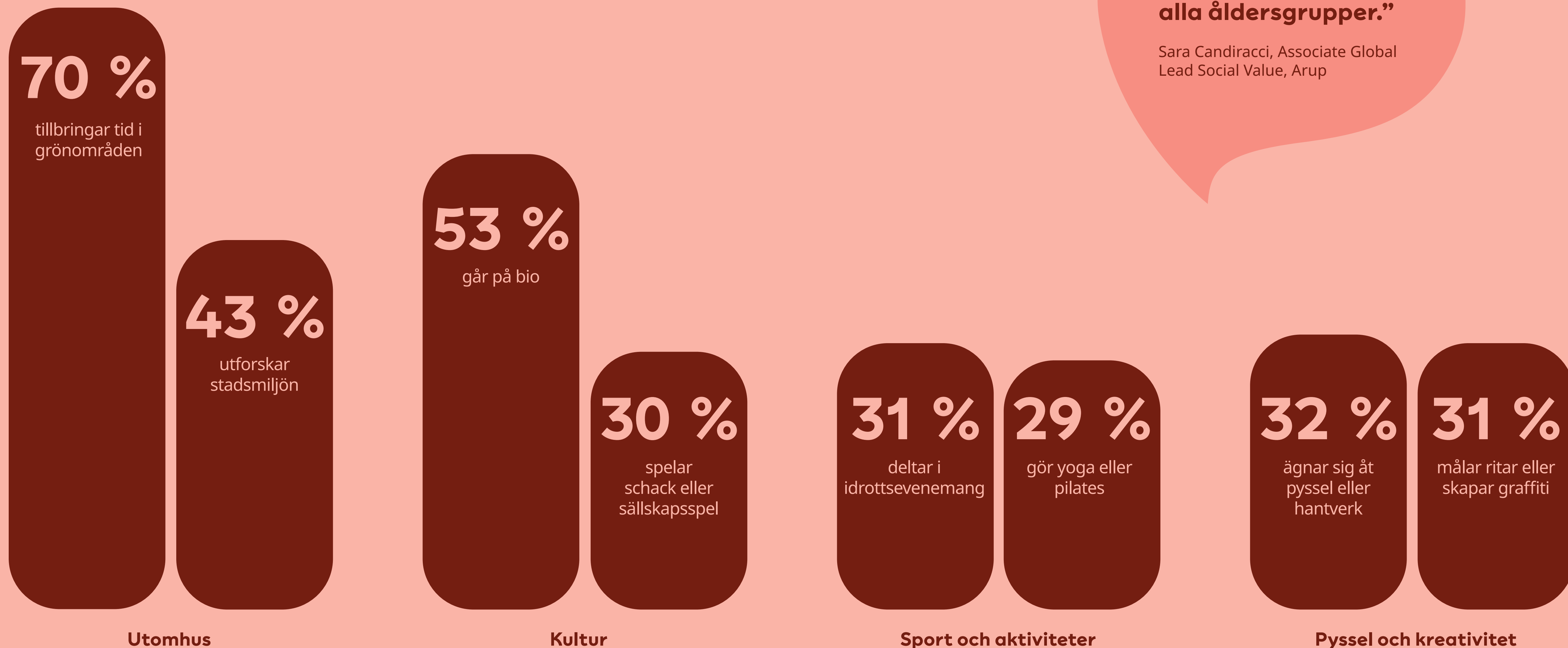
De 15 procenten



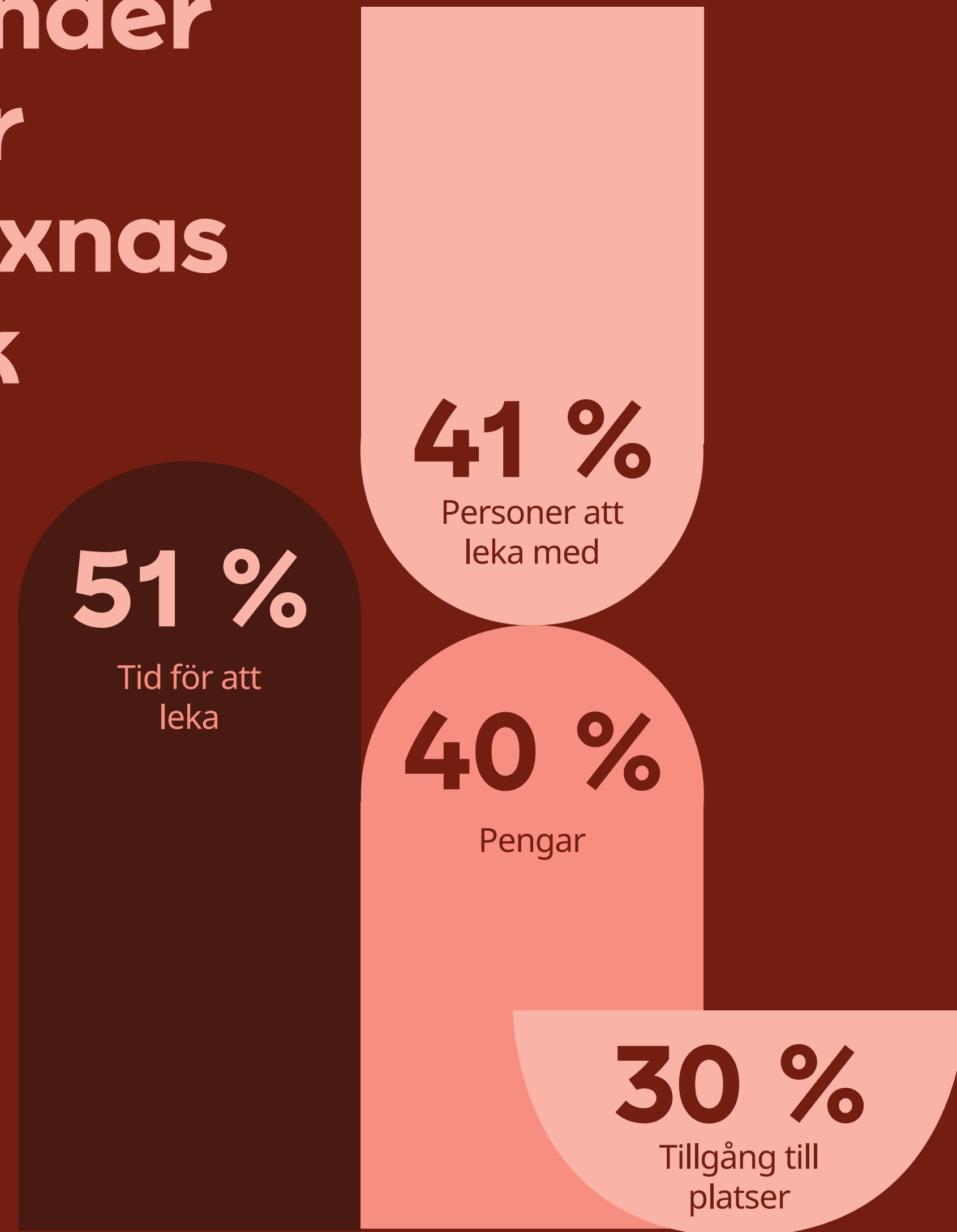
Utnyttjar svenskarna naturen till fullo? 85 % har tillgång till lokala grönområden men bara 70 % utnyttjar dem regelbundet. Så vad gör resten?



De vanligaste utomhusaktiviteterna för vuxna



Hinder för vuxnas lek



Vägen till lek

Men vägen till lek är förstås sällan helt tydlig.

Hindren är välkända: brist på tid, pengar, personer att leka med, platser att göra det på.

Den främsta boven som påverkar över hälften av alla vuxna? Tiden. I en hektisk vardag är leken ofta det första som försvinner – inte för att man inte vill leka, utan för att allt annat kommer före.

Platser spelar också roll. Även om 52 % av de vuxna tycker att deras samhälle har bra offentliga miljöer som uppmuntrar till lek, säger nästan en tredjedel att tillgången till de platserna minskar. För mötesplatser, varumärken och samhällen är det både en varning och en möjlighet.



Hinderområden

Var blir hindren tydligast?
När det gäller pengar:
Storbritannien, personer:
Kina och platser: Indien. Tid?
Det är ett globalt problem.

In. Shoppa. Ut.

Idén om lekfulla offentliga miljöer kan vara tilltalande i teorin, men är långt ifrån friktionsfri i praktiken. Faktum är att tre av fyra vuxna ser minst en faktor som hindrar dem från att leka i köpcentrum och på andra mötesplatser. Lösningen? Förstå hindren och anpassa inbjudan.

Vuxna har ofta bråttom, och siffrorna är entydiga. För en av tre är ett köpcentrum en plats för ärenden, inte upplevelser – man vill bara gå in, göra det man behöver göra och sedan gå därifrån. Kostnaden är också ett hinder, särskilt för kvinnor. Och sedan är det den sociala biten där nästan en av fyra vuxna – särskilt yngre – hålls tillbaka av rädslan för att det ska kännas pinsamt.

Mötesplatser, varumärken och samhällen har en gyllene möjlighet att vända skutan. Genom att göra leken tillgänglig, överkomlig och kravlös kan de förvandla "in, shoppa, ut" till "in, shoppa, stanna".

33 %

Jag vill bara göra det jag behöver göra och sedan gå därifrån.

28 %

Jag har inte råd att lägga pengar på lekaktiviteter.

23 %

Det vore pinsamt för mig att delta i lekaktiviteter utanför hemmet.

14 %

Jag har inget behov av eller lust att leka.

Hinder för vuxnas lek i köpcentrum

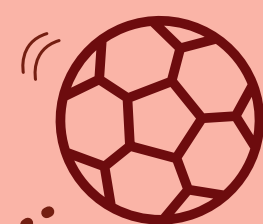
"Vuxna saknar självförtroende när det gäller lek ... men om man skapar en trygg och kravlös miljö kan de slappna av och börja leka."

Sara Candiracci

Jag önskar ...

Vi frågade några vuxna vad de skulle vilja göra i offentliga miljöer. Det här är deras önskelista.

I topp är grönområden fortfarande drömmen – fyra av tio längtar till naturen. Bio kommer på en klar andraplats, endast 3 procentenheter efter den här gången, jämfört med ett gap på 17 procentenheter i nuvarande vanor. Någonstans mellan önskan och verklighet klättrar biobesöken i popularitet.



Grönt är skönt

Växer vårt intresse för naturen? Äldre vuxna föredrar grönområden, medan 18–34-åringar hellre går på bio.

Resten av listan sträcker sig från att utforska och idrotta till att rita. Ungefär en av fem vill ströva runt i sin omgivning, medan en av sex får energi av sport, yoga eller pilates. Kreativa aktiviteter rundar av topp-10-listan.

Särskilt i Kina och Indien finns en stark lust att få in lek i vardagen – från natur och sport till praktiska workshops och kurser.

För mötesplatser, varumärken och samhällen kan det bli utgångspunkten för en strategisk brief. Det första penseldraget för en mer lekfull framtid.

40 % Tillbringa tid i grönområden

37 % Gå på bio

22 % Utforska stadsmiljön

17 % Idrottsevenemang (t.ex. fotboll, ishockey)

16 % Yoga eller pilates

16 % Pyssel eller hantverk

16 % Spela schack eller sällskapsspel

15 % Fotografi och/eller konstutställningar

14 % Målning, teckning, graffiti

13 % Bowling eller biljard

De 10 mest populära aktiviteterna i en offentlig miljö

3. Måla upp framtiden

Nya färger för lekfulla mötesplatser – och hur man använder dem.



Fem nyanser av lek

Människor leker på olika sätt. Men om man skrapar på ytan dyker samma mönster upp – en gemensam mänsklig ram som sträcker sig över ålder, kultur och geografi.

Vilken lektyp är du? Och dina besökare, kunder och lokala invånare? Alla är minst en typ, oftast fler. Och även om deras form och fokus kan skifta mellan generationer och personligheter, förblir typerna universella. Tänk på dem som ett gemensamt språk som talas olika av alla men som alla ändå förstår.

De fem lektyperna är en bra utgångspunkt för att utforma miljöer som tilltalar de många människorna. Missar du mixen, så missar du människorna. Gör du det rätt bygger du något som är värt att komma tillbaka till.

Röra på sig: Vara fysiskt aktiv. Särskilt kvinnor, personer över 35 år och vuxna i Kina och Indien.

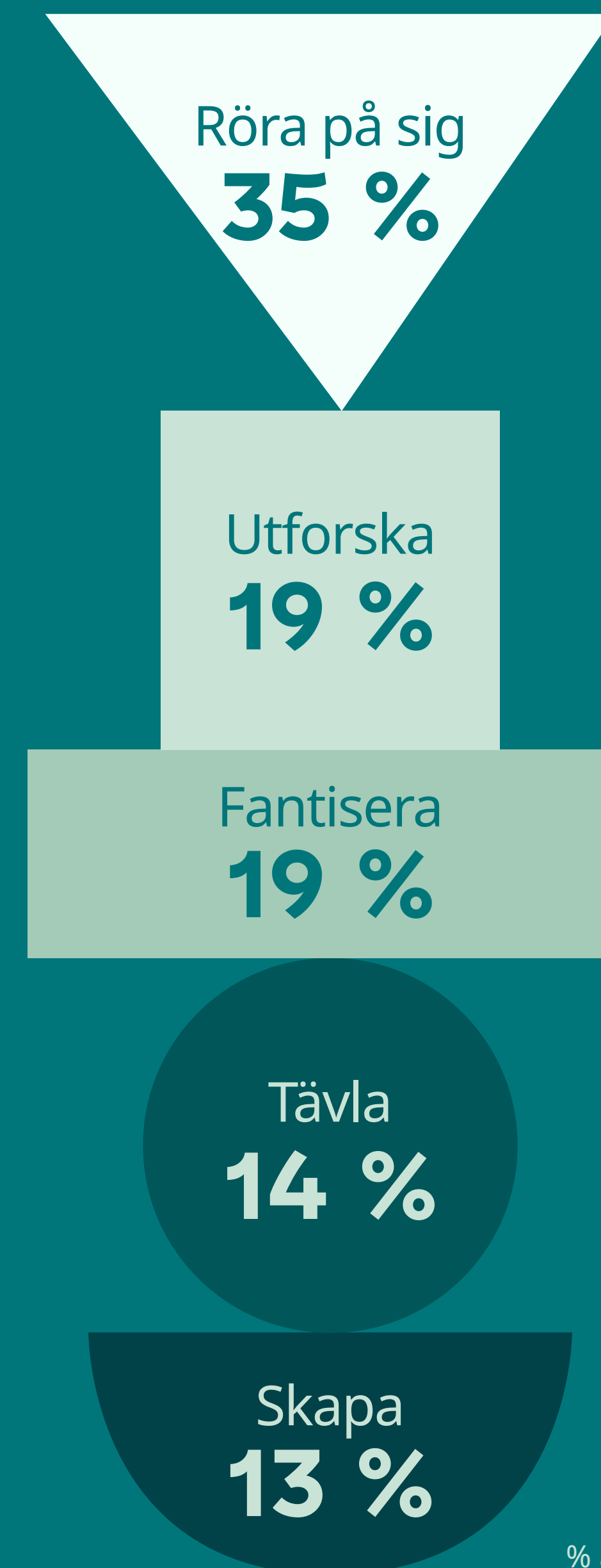
Utforska: Upptäckter och nyfikenhet. Särskilt män, personer över 35 år och vuxna i Polen och Kina.

Fantisera: Berättelser och fördjupning. Särskilt barnfamiljer samt vuxna i Spanien och Polen.

Tävla: Utmaningar och lekar. Nationellt representativt efter ålder och kön. Högst i Indien och Spanien.

Skapa: Framställa och uttrycka. Särskilt män, personer under 35 år och vuxna i Sverige och Storbritannien.

Typer av lek



% av de vuxna



En lekfull palett

”Vi leker på olika sätt. Är vi redo att omfamna den typen av lek också?”

Louise Aagard, Lab för Play Design

Världen förändras och det gör också de platser där lek kan ske. Sex möjligheter växer fram för mötesplatser idag, var och en formad av verkliga förändringar i hur människor lever, bygger relationer och upplever sin tillvaro.

Många av dessa förändringar sker precis framför våra ögon. Livet i städerna blir allt mer hektiskt och

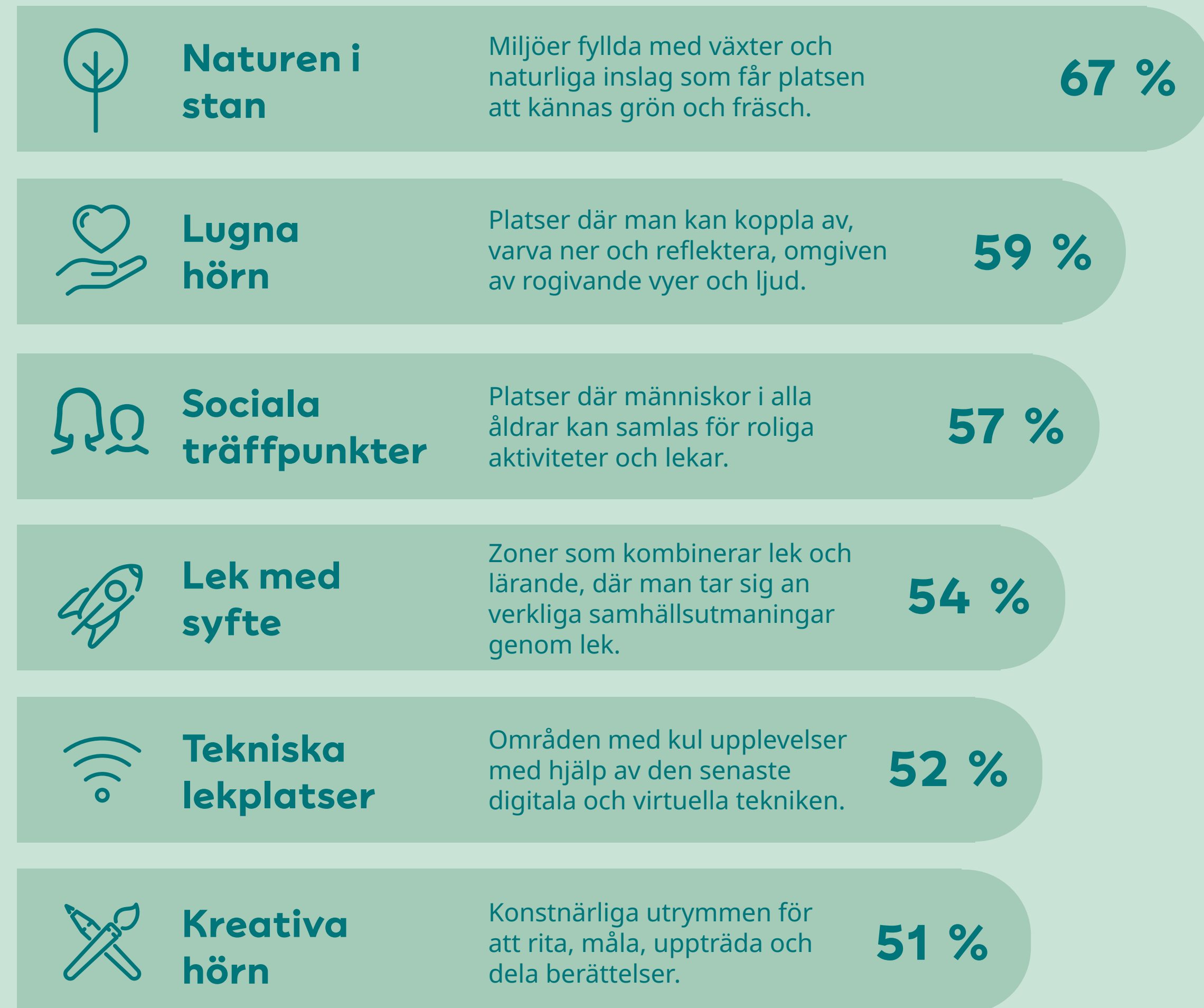
naturen svårare att nå. Det moderna livet blir ensammare och mer fragmenterat. Människor vill att deras tid ska betyda något, och kreativitet spelar en större roll för hur de lever och definierar sig själva.

De tidiga tecknen på förändring syns redan – från återförvildade stadsparker

och biofil design med inslag av natur, till lekfulla samhällslabb och sensoriska helhetsupplevelser.

För mötesplatser, varumärken och samhällen är frågan inte om vi ska agera eller inte. Frågan är hur snabbt.

Sex förslag till lek i offentliga miljöer



% av de vuxna är intresserade

Olika sätt att leka

Rötter

- **Naturen i stan** går starkt bland lektyperna röra på sig och leka (70 %).
- Åldersmässigt är den här idén populär bland personer över 35 år (68 %).
- Med sina 80 % är Kina landet med de grönaste önskemålen.

jämfört med ett globalt genomsnitt på 67 %

eller routrar?

- **Tekniska lekplatser** tilltalar 69 % av barnfamiljerna.
- Unga män gillar den här idén: 18–34-åringar +14 procentenheter jämfört med 35–65-åringar, män +11 procentenheter jämfört med kvinnor.
- Lektypen tävla är den mest uppkopplade (57 %).

jämfört med ett globalt genomsnitt på 52 %

Solitär

- **Lugna hörn** uppskattas särskilt av lektyperna utforska (61 %).
- Den hamnar i det tysta på andra plats i de flesta länder.
- Kvinnor tilltalas särskilt av detta: +7 procentenheter jämfört med män.

jämfört med ett globalt genomsnitt på 59 %

eller social lek?

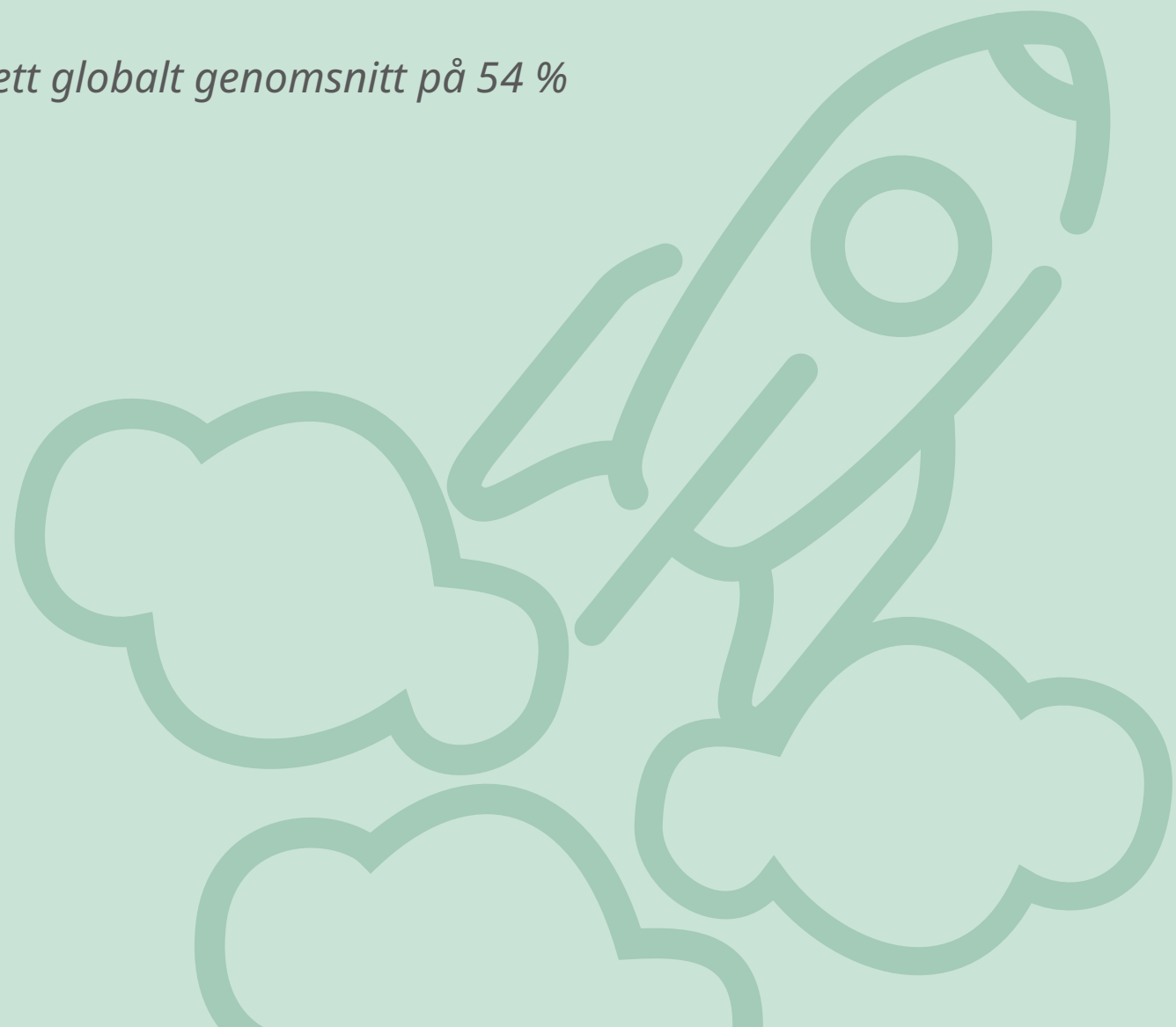
- **Sociala träffpunkter** lockar 68 % av barnfamiljerna.
- Lektyperna tävla och röra på sig föredrar den här idén (62 %).
- Unga vuxna gillar det också: +6 procentenheter jämfört med 35–65-åringar.

jämfört med ett globalt genomsnitt på 57 %

Uppdrag

- **Lek med syfte** är det mest meningsfulla valet för barnfamiljer (72 %).
- Indien ligger före kurvan här: idé nummer 2 och +19 procentenheter över genomsnittet.
- Lektyperna röra på sig, utforska samt 18–34-åringar har också en stark tro på idén.

jämfört med ett globalt genomsnitt på 54 %



eller magi?

- **Kreativa hörn** är en naturlig miljö för lektyperna skapa (60 %) och fantisera.
- Den här idén kickar igång kreativiteten hos personer under 35 år (56 %).
- Kvinnlig kreativitet är levande och stark: +9 procentenheter jämfört med män.

jämfört med ett globalt genomsnitt på 51 %



Klotter möter design

Dags att designa!

Idéer är en sak, att göra verklighet av dem är en annan. Du har sett varför de är viktiga och vem de är till för. Nu kommer den roliga delen: hur vi gör det.

Från en soptunna till ett räcke och en gång – varje designval sänder en signal: vem som är välkommen, vad som är möjligt och vilken känsla platsen förmedlar. Det verkliga arbetet börjar med att fatta rätt beslut för rätt plats och människor.

Att bjuda in till lek kräver inga spektakulära utspel. En gungliknande bänk eller en liten nyckelhålsliknande ingång kan väcka nyfikenhet. Det är de små, smarta dragen som får leken att hända.



Naturen i stan

Föreställ dig levande, lekfulla miljöer som växer, förändras och bjuder in till utforskande. Kanske börja med en pop-up-trädgård eller en doftande planteringslåda som man kan röra vid och lukta på?



Lugna hörn

Tänk platser för stillhet och eftertanke, som fristäder för inre resor. Börja i liten skala: en vrå med mjuk belysning och kuddar kan göra mer än du tror.



Sociala träffpunkter

Tänk dig platser som bjuder in till samskapande, hyllar olikheter och främjar tillhörigheten. Vad sägs om en kväll i veckan med sällskapsspel eller ett gemensamt konstprojekt för att samla människor?



Lek med syfte

Tänk dig utmaningsbaserade platser där människor testar lösningar och bygger tillsammans. Ett reparationscafé eller en hållbarhetsverkstad kan vara lika kul som meningsfullt.



Tekniska lekplatser

Tänk på lekfulla hybrider där digitala inslag stimulerar fysisk interaktion. Tänk om platsen hade en interaktiv vägg eller ett golv som reagerar på rörelse?



Kreativa hörn

Överväg öppna zoner för berättande, rollspel och konstnärligt kaos. Varför inte öppna upp en plats för lokala uppträdanden, workshops eller ett pop-up-bord för skapande?

Slutmål

Hur avrundar vi
den här leken?



Lekens ställning

Lek är viktigt i alla åldrar. Även om den ibland får ge vika för vardagens stress och press. Men för de flesta vuxna kan en lekstund utgöra en välkommen paus. En gnutta magi i vardagen.

Den här möjligheten placerar mötesplatser inför ett vägskäl. De kan förbli rent funktionella korridorer, platser där man "får saker gjorda". Eller så kan de utvecklas till något mer: platser där man kan stanna upp, vandra omkring, mötas, lära sig, leka och dela viktiga ögonblick. Lek kan vara skillnaden mellan att titta förbi och att stanna kvar. Möjligheten finns i utrymmet mellan vana och ambition.

De sex idéerna och drivkrafterna bakom dem – med grönområden och föregångare – visar att det både är möjligt och efterfrågat. Det är dags för mötesplatser, varumärken och samhällen att börja måla.



"Gräset får beträdas."

Louise Aagaard

”Att designa för glädje är inte dekoration – det är en strategi.”

Gary Ware, grundare,
Breakthrough Play

Din tur att agera

Lek är mer än bara en gnutta färg på ytan. Det är en designstrategi för inkludering, hälsa och samhörighet i vardagen. Samhällsnytta och kommersiell nödvändighet. Att kanalisera lekens kraft in i mötesplatser betyder att vi behöver bejaka några viktiga förändringar:

1. Gör leken till en grundläggande designprincip, inte en avslutande detalj.

Inkludera leken i briefen från start. Sträva efter designögonblick som bjuder in till nyfikenhet, samhörighet och glädje – och som stärker både effektiva flöden, försäljningen och totalupplevelsen.

2. Gå från en lekplats till ett nätverk av lekfulla platser för alla.

Tänk bortom ett enskilt lek område. Behandla leken som något för alla – en mängd lekfulla inslag över hela platsen, som människor kan upptäcka och göra till sina egna i vardagens rutiner.

3. Använd paletten som ett gemensamt språk och en gemensam lins.

Låt de sex idéerna kring natur, lugn, samhälle, syfte, teknik och kreativitet bli ett begrepp för team och samarbetspartners. Dessa kan göra det enklare att upptäcka, utveckla och kombinera möjligheter över tid.

4. Samskapa lokalt och inkluderande, med dem som ska använda det.

Den rätta mixen av idéer kommer att se olika ut på respektive plats. Involvera en bred grupp av lokala invånare i att forma och utveckla erbjudandet, med fokus på inkludering, jämlikhet och tillgänglighet.

Kom ihåg: stora förändringar börjar ofta i liten skala. Det handlar om att testa, prova, förnya och förbättra allt eftersom. Och ständigt fråga vem det är till för, hur det får dem att känna och vad som kanske saknas.

Dags att leka!

Med leken mot framtiden

På Ingka Centres anser vi att lek är viktigt. Inte bara för nöjes skull, utan för hur människor möts, tillbringar sin tid och upplever våra mötesplatser och sina samhällen. Lekfulla miljöer förvandlar korta besök till längre vistelser, transaktioner till relationer och varuhusmiljöer till platser för socialt umgänge och glädje.

Vi har lärt oss att leken fungerar bäst när den skapas tillsammans – av oss, våra varuhus och våra samhällen – och förvandlar platser till destinationer som människor älskar. Vi befinner oss på en resa där vi integrerar lek i våra mötesplatser, men vi ser redan spännande exempel i verkligheten.

Förra sommaren välkomnade våra Livat-mötesplatser i Kina Pippi Långstrump och blandade lokala kreativa aktiviteter med vårt svenska arv. Miljontals besökare i alla åldrar kunde njuta av lekfulla upplevelser. Vi har också utforskat många andra lekfulla aktiviteter på våra europeiska

mötesplatser, inklusive kuddkrig och e-sportturneringar.

Och det är spännande att se hur vi integrerar avkopplande och lekfulla gemensamma ytor samt naturen i många av våra mötesplatser – bland annat Lykli Gurugram i Indien, som inkluderar en trädgård med ett solitärträd, där lokalinvånarna kan samlas för att äta tillsammans, umgås och njuta av naturen i ett livligt stadsområde.

Det tål att upprepas: lek är en allvarlig sak. Det är en kraft som påverkar beteenden, främjar samhörighet och formar hur människor väljer var de vill tillbringa sin tid.

Följ med oss på vår resa och låt oss sprida leken till de många människorna. Och utveckla detta tillsammans.

Matt Drage

Communications & Marketing Director, Ingka Centres



Solitärträd vid Lykli Gurugram, Indien (3D-skiss)

Tack!

Med leken mot framtiden
Life in Communities Report
Juni 2026

Vill du veta mer? Hör av dig till oss!

centrespr@ingka.com (mediaförfrågningar)

leasing.global.gl@ingka.com (leasingförfrågningar)

[Ingka Centres på LinkedIn](#)

www.ingkacentres.com

